

2021年中国月子中心产业分析报告- 产业供需现状与投资商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国月子中心产业分析报告-产业供需现状与投资商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/529463529463.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

月子中心也称为月子会所，一般是为生产母亲提供专业产后恢复(即坐月子)服务的场所，主要包含母婴健康保健、月子膳食、母乳喂养、产后塑身等。

月子中心主要提供服务 资料来源：观研天下整理

国内月子中心的服务流程一般是产妇在分娩过后与宝宝一起入住月子中心，会所安排专业的医疗团队为产妇及宝宝进行生理、心理评估并为其制定一系列护理、康复计划，在计划执行过程中为产妇及宝宝提供相应的护理服务，同时对产妇进行产后恢复、新生儿护理、育儿知识等指导意见，另外月子中心还可以根据产妇的个人需求为其提供其它特定的配套服务，直到身体康复。

中国月子中心一般服务流程 资料来源：观研天下整理

一、行业发展现状

我国大陆月子中心行业起步较晚，于1999年才开始发展，后随着发展过程中业务布局范围逐渐扩大，市场得以发展。发展到目前，我国大陆月子中心行业主要经历了萌芽期、探索期和快速发展期三个阶段。现阶段我国大陆月子行业正处于快速发展期，服务从原本的单一模式向母婴护理服务全产业链模式迈进。

我国大陆月子行业市场发展历程 资料来源：观研天下整理

1、市场规模

近年来得益于二胎政策放开、女性生育年龄后移，月子中心的市场需求不断扩大，市场规模不断增长。虽然在2020年，受新冠疫情影响，市场规模有所收缩，但随着疫情逐渐缓和以及其专业性、规模性、全面性，预计会受到消费者的青睐，市场也将恢复正常增长状态，且有望成为母婴健康产业中最大的细分市场。根据数据显示，2020年我国大陆月子中心行业规模为76亿元，同比下降30%；预计2021年其行业规模将达到147.4亿元，在母婴健康产业中的比例将提升至40.39%。

2016-2021年我国月子中心市场规模预测情况 数据来源：弗若斯特沙利文，观研天下整理

中国大陆母婴健康产业市场规模 数据来源：弗若斯特沙利文，观研天下整理

而虽然我国大陆月子中心市场发展态势良好，但当前整体市场渗透率仍较低。就拿一线城市渗透率来看，虽然是最高的，但也只有7-8%。而中国台湾地区在2019年就达到了62.5%，韩国市场在2017年就已达50.8%。由此可见，我国大陆月子中心市场渗透率有着较大的提升空间。

中国大陆月子中心市场渗透率仍较低 数据来源：观研天下整理

2、月子会所数量

受益于市场发展向好以及行业准入门槛低，大量资本不断涌入月子中心行业，月子中心的数量在以每年40%的速度递增。尤其在2016至2018年，在国家二孩政策的刺激下，中国所有大小规模的月子会所数量增长速度达50%-60%左右。数据显示，2020年我国月子会所

数量在4128家左右，预计2021年在4578家左右，到2022年将在4999家左右。

2013-2022年我国月子会所数量预测情况 数据来源：观研天下整理

二、运营模式

1、经营模式

目前我国大陆地区月子中心主要可以分为四种经营业态：独栋建筑式、酒店服务式、医院附属式、社区家庭式。上述四种模式各有千秋，例如独栋建筑式月子中心优势是保证了环境的舒适性和私密性，但劣势是初始投资大，建设周期长，回收期长；酒店服务式月子中心优势是前期投入小，可以托管餐饮卫生服务，长期租用酒店的厨房客房便于扩张，但劣势是公共环境进出人员复杂，不利于管理，租金成本变动不可控。

大陆地区月子中心四种经营模式业态对比

独栋建筑式

酒店服务式

医院附属式

社区家庭式

业态

选取环境幽静处独栋物业独立运营

使用酒店部分楼层展开经营

选址离医院门诊较近，常为妇幼医院的附属机构或关联公司

专业医护人员创业或月嫂转型经营，租用或改建公寓、住宅

优势

1)远离城市喧闹，无闲杂人等进出，确保了私密性；

2)自主建设装修便于加强品牌效应，便于人员管理

1)前期投入小；

2)酒店证件齐全（食品卫生许可证、消防验收合格证）；

3)可以托管餐饮卫生服务，长期租用酒店的厨房客房便于扩张

1)离医院近，便于及时处理产妇和婴儿的相关情况；

2)有时可共享医护人员，医院的卫生、医疗、护理能力突出

1)费用一般较低；2)环境相对清净

劣势

1)初始投资大，建设周期长，回收期长；

2)不易扩张和异地复制

1)公共环境进出人员复杂，不利于管理；

2)租金成本变动不可控

1)医院病菌容易造成交叉感染；

2)前期装修投入较大，回收期长

1)硬件软件以及工作人员的专业度水平差距大；

2)提供的服务比较有限

客单价

高

高

高

较低

初始投资

最高

中等

高

中等资料来源：观研天下整理

2、商业模式

我国月子中心商业模式主要分为直营和加盟两类；其中酒店服务式主要以加盟为主，其他多为直营。

3、盈利模式

由于月子中心行业经营壁垒较高，在多个业态下初始投资都较大，使得行业整体的盈利门槛较高。发展到当前，我国月子中心的盈利模式可以分为三个阶段。第一阶段为探索期，主要是经营单店打开市场，形成初期的品牌力和良好口碑，依靠个性化服务和衍生产品实现盈利；第二阶段为成长期，这一时期实施异地复制和品牌扩张，通过产品和服务的创新升级形成更牢固的品牌力，良好的口碑降低了获客成本逐渐形成了规模效应，此时直营扩张和连锁加盟都是主流的扩张路径；第三阶段为成熟期，这一时期寻求产品创新升级和战略合作伙伴，异地扩张有序进行，盈利能力提升至稳定阶段。

月子中心盈利模式发展阶段 资料来源：观研天下整理

以单店运营成本构成方面为例，具备竞争力的月子中心需要配备医生、护士、营养师、厨师等全方位专业人员，人力成本投入高，一般占比高达30%以上；各类专业护理器材和高端月子膳食的基础成本也较高，占比约25%；除此之外，月子中心还需考虑折旧摊销及水电等基础费用。重资产模式下租用需装修的物业（较常见）或自建物业，租用独栋建筑除了需要支付租金费用之外还包含装修、改造等费用，初始投资一般超过4000万元。轻资产模式下选用五星酒店或服务式公寓大大减少了装修费用，部分商家可以通过和酒店共用餐饮、保洁人员节省小部分人力成本，将初始投资降为1500万元左右，但此类物业的租金相较于重资产物业较高。

而由于月子中心一般多采用预定付款制度，商家可以提前3-6个月收取20-30%的定金，在客人入住时收齐尾款，所以公司具备充足的营运现金流（以下单店模型未考虑预收定金的

影响，因此真实情景下单店现金流将优于模型假设)。经营状况良好的公司在开业6个月左右入住率爬坡至 40-50%，12 个月能够达到稳态入住率 80%。由此可见，重资产下的月子中心 18-24 个月累计现金流转正，轻资产下的月子中心 12-16 个月左右累计现金流可实现转正。

月子中心重资产单店模型（以 80 间房为例）

（万元）

稳态/

年

M1

M2

M3

M4

M5

M6

M7

M8

M9

M10

M11

M12

初始建设成本

4000

投资回收期

18-24

个月

M5 现金流转正，M25 累计现金流转正

现金流

-220

-199

-170

-70

13

101

139

158

210

231

251

251

累计现金流

-4220

-4419

-4589

-4659

-4645

-4544

-4405

-4247

-4037

-3807

-3556

-3304

经营利润

-286

-266

-237

-137

-53

46

96

121

191

219

246

246

累计经营利润

-286

-552

-789

-925

-979

-932

-836

-715

-524

-305

-59

187

营业收入

9984

83

125

166

333

499

582

666

707

749

790

832

832

房间数

80

80

80

80

80

80

80

80

80

80

80

80

80

入住率

80%

8%

12%

16%

32%

48%

56%

64%

68%

72%

76%

80%

80%

单房收入

125

13

13

13

13

13

13

13

13

13

13

13

13

营业成本

5634

320

328

336

370

403

420

436

445

453

461

469

469

人工成本

1742

145

145

145

145

145

145

145

145

145

145

145

145

员工人数

180

180

180

180

180

180

180

180

180

180

180

180

180

人均薪酬

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

占比%

31%

47%

46%

45%

41%

37%

36%

34%

34%

33%

32%

32%

32%

租金

1095

91

91

91

91

91

91

91

91

91

91

91

91

占比%

19%

29%

28%

27%

25%

23%

22%

21%

21%

20%

20%

19%

19%

折旧摊销

800

67

67

67

67

67

67

67

67

67

67

67

67

占比%

14%

物料费及耗材

1498

12

19

25

50

75

87

100

106

112

119

125

125

占比%

27%

水电费及其他

499

4

6

8

17

25

29

33

35

37

40

42

42

占比%

9%

毛利润

4350

-237

-203

-170

-37

96

163

229

263

296

329

363

363

毛利率%

44%

-284%

-163%

-102%

-11%

19%

28%

34%

37%

40%

42%

44%

44%

销售费用

1398

50

62

67

100

150

116

133

141

105

111

116

116

销售费用率%

14%

60%

50%

40%

30%

30%

20%

20%

20%

14%

14%

14%

14%

经营利润

2953

-286

-266

-237

-137

-53

46

96

121

191

219

246

246

经营利润率%

30%

-344%

-213%

-142%

-41%

-11%

8%

14%

17%

26%

28%

30%

30%

所得税

738

12

24

30

48

55

62

62

税率%

25%

25%

25%

25%

25%

25%

25%

25%

净利润

2214

-286

-266

-237

-137

-53

35

72

91

143

164

185

185

净利率%

22%

-344%

-213%

-142%

-41%

-11%

6%

11%

13%

19%

21%

22%

22%资料来源：观研天下整理

月子中心轻资产单店模型（以 80 间房为例）

（万元）

稳态/年

M1

M2

M3

M4

M5

M6

M7

M8

M9

M10

M11

M12

初始建设成本

1500

投资回收期

12-16个月

M6 现金流转正，M17 累计现金流转正

现金流

-250

-229

-200

-100

-17

68

106

124

177

197

218

218

累计现金流

-1750

-1980

-2180

-2280

-2297

-2229

-2124

-1999

-1822

-1625

-1407

-1189

经营利润

-275

-254

-225

-125

-42

58

108

132

202

230

257

257

累计经营利润

-275

-530

-755

-880

-922

-865

-757

-625

-422

-193

65

322

营业收入

9984

83

125

166

333

499

582

666

707

749

790

832

832

房间数

80

80

80

80

80

80

80

80

80

80

80

80

80

入住率

80%

8%

12%

16%

32%

48%

56%

64%

68%

72%

76%

80%

80%

单房收入

125

13

13

13

13

13

13

13

13

13

13

13

13

营业成本

5499

308

317

325

358

392

408

425

433

442

450

458

458

人工成本

1742

145

145

145

145

145

145

145

145

145

145

145

145

员工人数

180

180

180

180

180

180

180

180

180

180

180

180

180

人均薪酬

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

0.81

占比%

32%

租金

1460

122

122

122

122

122

122

122

122

122

122

122

122

占比%

27%

39%

38%

37%

34%

31%

30%

29%

28%

28%

27%

27%

27%

折旧摊销

300

25

25

25

25

25

25

25

25

25

25

25

25

占比%

5%

物料费及耗材

1498

12

19

25

50

75

87

100

106

112

119

125

125

占比%

27%

水电费及其他

499

4

6

8

17

25

29

33

35

37

40

42

42

占比%

9%

毛利润

4485

-225

-192

-159

-26

108

174

241

274

307

340

374

374

毛利率%

45%

-271%

-154%

-95%

-8%

22%

30%

36%

39%

41%

43%

45%

45%

销售费用

1398

50

62

67

100

150

116

133

141

105

111

116

116

销售费用率%

14%

60%

50%

40%

30%

30%

20%

20%

20%

14%

14%

14%

14%

经营利润

3088

-275

-254

-225

-125

-42

58

108

132

202

230

257

257

经营利润率%

31%

-331%

-204%

-135%

-38%

-8%

10%

16%

19%

27%

29%

31%

31%

所得税

772

14

27

33

51

57

64

64

税率%

25%

25%

25%

25%

25%

25%

25%

25%

净利润

2316

-275

-254

-225

-125

-42

43

81

99

152

172

193

193

净利率%

23%

-331%

-204%

-135%

-38%

-8%

7%

12%

14%

20%

22%

23%

23%资料来源：观研天下整理

四、市场竞争格局

虽然国内月子中心数量众多，但市场发展较不均衡，行业整体呈现渗透率低、集中度分散、竞争激烈等特点。此外由于缺乏统一行业标准，导致行业竞争自由无序、企业良莠不齐的现象出现。预计随着大量资本的不断涌入和市场监管的逐步完善，一方面会有更多高运营水平的机构入场，商业模式更迭，使得行业竞争加剧；另一方面，资质较差的月子中心或者质量较低的服务将面临市场的大幅缩水，行业或将面临洗牌。

目前我国月子中心市场上有爱帝宫、圣贝拉、馨月汇、贝瑞佳等一批优秀企业。其中爱

帝宫稳居行业龙头，市占率排名第一，达到了4.3%。

深圳爱帝宫成立于2007年，提供以月子期母婴照护为核心，覆盖产后康复、瑜伽塑性、乳房管理和宝宝摄影等相关增值业务的综合性月子服务，主要定位于中高端市场。公司于2014年起开始门店扩张，截至2021年8月已先后在深圳银湖、北京顺义、深圳南山、成都成华和深圳侨城各新建1家门店，逐步实现对华南、华北和华西市场的覆盖。目前公司在深圳南山和成都成华的新店筹备正在稳步推进，计划于下半年开始营业，进一步扩大公司的市场覆盖范围。2021年4月公司月子房数达到了505间。

公司月子中心门店及房间数

开业时间

大选址

小选址

人均消费

（大众点评）

月子房数历史变化

2018

2019

2020

2021

深圳福田总院

2007.11

深圳福田区香蜜南三街

30亩市中心园林，绿书氧吧

9.02万元

81

112

112

112

深圳罗湖别墅院

2014.10

深圳罗湖区银湖旅游中心

青山环抱，银湖相依

9.47万元

47

48

48

48

北京别墅院

2016.5

北京顺义区东甲 1 号

顺义天然氧吧，临湖别墅区，低密度人流

10.80 万元

42

54

54

54

深圳南山旗舰院

2017.5

深圳南山区工业四路 4 号

背靠大南山，毗邻海上世界

10.46 万元

139

149

149

149

成都概念院

2018.10

成都成华区锦绣大道 5500号

医疗高端综合体，毗邻火车站，共享舒适型商场配套

6.50 万元

72

72

72

72

深圳侨城轻奢院

2021.4

深圳南山区侨香路 4080 号

地处福田区和南山区黄金走廊，近地铁站

及高速公路

/

70

月子房总数

381

435

435

505资料来源：公司公告，观研天下整理

爱帝宫根据房间环境、月子餐、孕妇护理、婴儿护理和护士级别的差异形成的九种套餐结构，最短期26 天套餐价格从6 万到30 万+不等，即能够面向多层次的消费群体，也保证了自身高端品牌的定位。根据数据显示，2018 年爱帝宫深圳地区入住率达 91.1%，远超同地区其他月子中心；同年爱帝宫深圳地区营收达 3.5 亿元，市场占有率 31%，成为深圳地区月子中心第一品牌。

公司香蜜湖院 26 天服务套餐价格

套餐

价格（元）

房型

增值服务

康复月子套餐 A

63,800

一房一厅（北向）

基础服务

康复月子套餐 B

68,800

一房一厅（南向）

基础服务

专业月子套餐

108,800

一房两厅（北向）

专业护士一对一

高级月子套餐

148,800

一房两厅（南向）

产后全身塑形

特级月子套餐

168,800

两房两厅（南向）

专属私密服务

尊享月子套餐

238,800

三房两厅（南向）

尊享调理及离宫后续服务

总统套餐

368,800

三房两厅总统套房（南向）

顶级专属服务全覆盖资料来源：公司公告，观研天下整理

爱帝宫经过多年的探索发展，爱帝宫建立起产后妈妈康复、新生儿健康护理、母婴专业营养、中医调理保健、新生儿早早期智力开发、管家式高端服务、产后妈妈塑形美丽、母婴月子立体防御和全天候无缝安保九大服务体系，涉及 1300 多项母婴健康照护要点，成为行业标杆受到同行模仿。根据 2020年 3 月深圳市品质消费研究院对深圳 10 大月子中心的调查数据，月子中心行业平均消费者 NPS 净推荐指数为 26.41，爱帝宫 NPS 指数达 37.14，位居行业第一。

公司九大服务体系

九大服务体系

内容

产后妈妈康复体系

1.健康护理系列；2.亮丽塑造护理系列；3.家庭和谐护理系列；4.舒适月子系列；5.宝宝护理指导系列；6.舒缓压力、预防产后抑郁系列

新生儿健康护理体系

1.新生儿健康成长护理系列；2.新生儿营养要素均衡护理系列；3.新生儿强健体魄运动护理系列；4.打牢成长基础护理系列

母婴专业营养体系

第一阶段：清补阶段，膳食调理以清和补为主；第二阶段：温补周，膳食调理的目的在于促进代谢、恢复体力；第三阶段：热补周，膳食调理的目的在于改善体质、预防老化等
中医调理保健体系

1.产后妈妈中医调理保健。根据产后妈妈不同的六类身体体质，即寒性、温热、阴虚、阳虚、气虚、血虚的情况。分类进行辨证施调；2.宝宝中医调养保健系列。对初生婴儿多发性、易发性和流行性、季节性的疾病进行预防调理保健；3.中医理疗调理保健系列。4.

中医调理保健全程跟踪机制

新生儿早早期智力开发体系

1.新生儿大脑发育开发系列；2.早早期智商情商开发系列；3.新生儿智力语言开发系列；4.平衡协调机能训练系列；5.积极人格因素良好品格养成锻炼（不怕生等）

管家式高端服务

1.以苏州园林式景致庭院、独有居家式客房和一系列配套设施提供五星级宫殿享受；2.提供高素质管家服务人员团队、全方位管家服务和特殊需要贴身管家服务；3.全面紫外线和臭氧消毒，五星级房间清洁标准，严格遵循三层检查流程

产后妈妈塑形美丽体系

1.产后形体管理套餐；2.产后胸部管理套餐；3.产后祛除妊娠纹/疤痕套餐

母婴月子立体防御体系

1.整体环境防护；2.公共场所防护；3.餐饮系统防护；4.客服防护；5.物品防护；6.员工健康防护

全天候无缝安保体系

5+1 母婴安全保护体系：1.访客身份核实；2.24 小时红外监控；3.门禁系统；4.专业安保团队 24 小时巡逻；5.先进的信息化体系；6.先进的消防烟感保健系统和电线短路安全报警系统资料来源：公司公告，观研天下整理

爱帝宫自2016年在北京开设月子中心以来，逐渐由深圳地区迈向全国市场。在2018年，爱帝宫北京地区每床位营收为 99.7 万元，入住率达 84.7%，均处于北京地区月子中心行业第一，爱帝宫成功迈出了品牌异地扩张的第一步。

此后公司计划分批次实现对国内核心城市的覆盖，不断提升市场占有率：第一批城市深圳、北京、成都、杭州，第二批城市广州、东莞、佛山、苏州、宁波、南京、上海，第三批城市天津、重庆、青岛、长沙、沈阳、昆明、郑州、西安、武汉。此外在异地扩张的同时，公司为了进一步满足市场需求和提升渗透率，将计划针对中等收入人群打造舒适型品牌爱帝阁，而定价水平将降至高端品牌爱帝宫的70%，打开二、三线市场的市场增量空间。

截止到目前，月子服务已成为爱帝宫主要营收来源。数据显示，2021年上半年爱帝宫营业收入为324百万港元；其中月子服务营收达315亿元，占比达到了97.22%。

2016-2021年上半年爱帝宫营业收入 数据来源：公司公告

2016-2021年上半年爱帝宫营收结构

数据来源：公司公告（WW）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国月子中心产业分析报告-产业供需现状与投资商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一部分 产业环境透视

第一章 月子中心行业发展综述

第一节 月子中心行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品及服务

三、中国月子中心的发展起源

第二节 2017-2020年中国月子中心行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第二章 月子中心行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 月子中心行业政治法律环境（p）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、月子中心行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（e）

一、宏观经济形势分析

二、居民教育支出分析

三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（s）

一、月子中心产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、月子中心产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（t）

一、行业服务水平分析

二、月子中心资质水平分析

三、月子中心专业服务发展趋势分析

四、行业主要服务人才现状分析

五、技术环境对行业的影响

第三章 国际月子中心行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球月子中心市场总体情况分析

一、全球月子中心行业的发展特点

二、全球月子中心市场结构

三、全球月子中心行业发展分析

四、全球月子中心行业竞争格局

五、全球月子中心市场区域分布

第二节 全球主要国家（地区）月子中心市场调研

一、欧洲月子中心市场调研

1、欧洲月子中心行业发展概况

- 2、欧洲月子中心市场规模分析
- 3、欧洲月子中心入住率分析
- 4、欧洲月子中心市场发展趋势分析
- 二、美国月子中心市场调研
- 1、美国月子中心行业发展概况
- 2、美国月子中心市场规模分析
- 3、美国月子中心入住率分析
- 4、美国月子中心市场发展趋势分析
- 三、加拿大月子中心市场调研
- 1、加拿大月子中心行业发展概况
- 2、加拿大月子中心市场规模分析
- 3、加拿大月子中心入住率分析
- 4、加拿大月子中心市场发展趋势分析

第二部分 行业深度分析

第四章 中国月子中心所属行业市场运行现状分析

第一节 中国月子中心所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国月子中心所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国月子中心所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第五章 中国月子中心市场供需分析

第一节 中国月子中心市场供给分析

- 一、中国月子中心容纳量分析
- 二、中国专业月子服务人员规模分析
- 三、中国医院月子中心床位数量分析

第二节 中国月子中心市场需求分析

- 一、中国孕产妇数量分析
- 二、中国高收入人群分析
- 三、中国月子中心需求情况分析

- 1、需求结构分析
- 2、需求地区差异分析

第三节 月子中心需求预测

- 一、月子中心需求总量预测
- 二、月子中心功能及服务需求预测
- 三、月子中心人员需求预测

第四节 月子中心行业消费者行为分析

- 一、月子中心市场主力消费群分析
- 二、月子中心项目偏好
- 三、月子中心偏好
- 四、月子中心选择渠道
- 五、月子中心花费

第三部分 市场供需分析调研

第六章 2017-2020年月子会所行业产业链分析

第一节 2017-2020年月子会所行业上游运行分析

- 一、月子会所行业上游介绍
 - 1、妇产机构
 - 2、孕妇学校
 - 3、胎教中心
- 二、月子会所行业上游发展状况分析
 - 1、妇产机构
 - 2、孕妇学校
 - 3、胎教中心
- 三、月子会所行业上游对月子会所行业影响力分析

第二节 月子会所行业下游服务人群分析

一、月子会所行业主要服务人群

1、产妇

2、新生儿

二、服务人群数量分析

1、出生人口

2、孕妇数量

三、服务人群年龄结构

四、服务人群学历分析

五、服务人群收入水平分析

六、需求人群对行业影响力分析

1、市场渗透率低，行业成长空间巨大

2、市场需求催生行业分化

第七章 中国月子中心商业模式分析

第一节 月子中心盈利模式分析

一、提供产品和服务获取利润

二、资本运营和品牌扩张

三、产业链延伸

四、寻找战略联盟和合作伙伴

第二节 月子中心经营模式分析

一、酒店服务式

二、独栋建筑区式

三、医院附属式

四、社区家庭式

第三节 月子中心营销推广模式分析

一、医务渠道

二、网络渠道

1、搜索引擎推广

2、网络广告

3、电子邮件推广

4、联盟及友情链接策略

三、商家合作渠道

四、口碑相传

第八章 月子中心行业竞争模式与发展趋势展望

第一节 月子中心市场竞争格局分析

- 一、月子中心主要潜力品种分析
- 二、现有月子中心的竞争分析
- 三、月子中心市场机遇把握及策略选择
- 四、典型企业的竞争策略分析

第二节 国内外月子中心市场竞争现状

- 一、全球月子中心市场竞争现状
- 二、国内月子中心市场竞争现状
- 三、国内月子中心细分市场竞争动态

第三节 月子中心市场品牌竞争情况

- 一、国内月子中心品牌建设情况
- 二、月子中心行业强弱分化升级
- 三、月子中心品牌发展及其战略
- 四、月子中心行业品牌投资策略研究

第四节 行业并购融资现状及发展趋势分析

- 一、国内月子中心主要的融资模式
- 二、国内月子中心并购的方式分析
- 三、国内月子中心并购的案例研究
- 四、未来月子中心发展扩张的趋势分析

第五节 2021-2026年月子中心行业的竞争格局展望

- 一、全球经济对月子中心行业竞争格局的影响
- 二、2021-2026年中国月子中心市场的竞争趋势

第四部分 竞争格局分析

第九章 月子中心行业区域市场调研

第一节 中国月子中心重点区域市场调研

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域分布特点分析
- 三、行业企业数量的区域分布

第二节 北京月子中心市场调研

- 一、市场发展概况分析
- 二、市场规模分析
- 三、入住率分析
- 四、市场发展潜力分析

五、市场发展方向分析

第三节 上海月子中心市场调研

一、市场发展概况分析

二、市场规模分析

三、入住率分析

四、市场发展潜力分析

五、市场发展方向分析

第四节 广州月子中心市场调研

一、市场发展概况分析

二、市场规模分析

三、入住率分析

四、市场发展潜力分析

五、市场发展方向分析

第五节 深圳月子中心市场调研

一、市场发展概况分析

二、市场规模分析

三、入住率分析

四、市场发展潜力分析

五、市场发展方向分析

第十章 2021-2026年月子中心行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、月子中心行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、月子中心行业swot分析

1、月子中心行业优势分析

2、月子中心行业劣势分析

3、月子中心行业机会分析

4、月子中心行业威胁分析

第二节 月子中心行业竞争格局分析

一、产品竞争格局

二、企业竞争格局

三、品牌竞争格局

第三节 月子中心行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 中国月子中心行业竞争力分析

一、中国月子中心行业竞争力剖析

二、中国月子中心企业市场竞争的优势

三、国内月子中心企业竞争能力提升途径

第十一章 月子中心行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 优艾贝（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 北京禧月阁母婴看护有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 北京巍阁投资管理有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 仕馨月子会所股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五部分 趋势预测展望

第十二章 2021-2026年月子中心行业前景及趋势预测

第一节 2021-2026年月子中心市场趋势预测

一、2021-2026年月子中心市场发展潜力

二、2021-2026年月子中心市场趋势预测展望

三、2021-2026年月子中心细分行业趋势预测分析

第二节 2021-2026年月子中心市场发展趋势预测

一、2021-2026年月子中心行业产业链延伸趋势

1、产后塑身

2、婴儿游泳保健

3、宝宝纪念品制作

4、早期教育

5、商品超市

二、2021-2026年月子中心市场规模预测

三、2021-2026年细分市场发展趋势预测

第三节 中国月子中心行业发展影响因素分析

一、国家因素

二、社会因素

三、经济因素

第四节 影响企业服务与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业服务方式的关键趋势

第十三章 2021-2026年月子中心行业投资价值与风险防范分析

第一节 月子中心行业投资特性分析

一、月子中心行业进入壁垒分析

1、资金壁垒

2、资质壁垒

3、品牌壁垒

二、月子中心行业盈利因素分析

三、月子中心行业盈利模式分析

第二节 2021-2026年月子中心行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、月子中心行业投资机遇

第三节 2021-2026年月子中心行业投资前景及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国月子中心行业投资建议

一、月子中心行业未来发展方向

二、月子中心行业主要投资建议

三、中国月子中心企业融资分析

第六部分 投资前景研究

第十四章 月子中心行业投资前景研究

第一节 月子中心行业投资前景研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

第二节 对中国月子中心品牌的战略思考

一、月子中心品牌的重要性

二、月子中心实施品牌战略的意义

三、月子中心企业品牌的现状分析

四、中国月子中心企业的品牌战略

五、月子中心品牌战略管理的策略

第三节 月子中心行业经营策略分析

- 一、建立资源联盟
- 二、提高服务质量
- 三、规范专业技师培养体系
- 四、加快产业布局

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 月子中心行业研究结论及建议

第二节 月子中心子行业研究结论及建议

第三节 月子中心行业发展建议

- 一、行业投资策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/529463529463.html>